

# 일본관광객의 한국관광지 선택속성의 중요도-성취도 분석

## Research on the Destination Selection Attributes among Japanese Tourists using IPA

이재곤, 고선희  
경기대학교 관광경영학과

Jae-Kon Lee(tornuss@daum.net), Seon-Hee Ko(sunny\_ko@daum.net)

### 요약

본 연구는 방한 일본인 관광객을 대상으로 관광지 선택속성에 대한 중요도 및 성취도를 분석해 봄으로써 일본인관광객의 효과적 유치를 위한 관광정책의 기초자료를 제공하고자 하였다. 이에 방한일본인을 대상으로 자료를 수집하여 대응표본 T-test를 실시하였으며 유의한 차이가 있는 속성과 각 선택속성들 간의 순위를 살펴보았다. 또한 IPA(Importance-Performance Analysis)기법을 이용하여 집중적인 관리가 필요한 속성들을 도출해 보았으며, 청결과 위생, 종사자의 서비스, 교통 편리성, 자연경치 등이 중요도에 비해 성취도가 떨어지는 속성으로 나타났다.

■ 중심어 : | 일본인 관광객 | 관광지선택속성 | 중요도-성취도 분석 |

### Abstract

This research aims to provide fundamental data for tourism policy to attract Japanese tourists to Korea. Using Japanese tourists, this study estimated how much they thought destination selection attributes are important and how much these attributes were performed. Also, this study analyzed the ranking among each selection attributes using paired sample T-test. The results show "concentrate here" part is cleanliness and hygiene, employee's service, convenience of transport and scenery. This means that these attributes are very important but they indicate low performance. Concentration among tourism managers should be focused along these attributes.

■ keyword : | Japanese Tourist | Destination Selection Attributes | IPA |

## I. 서론

한국 문화관광연구원(KCTI)이 발표한 자료에 의하면 한국인 및 일본인 관광객은 각각 상대국 인바운드 시장의 31.2%와 34.7%를 차지하는 등 상호 인·아웃바운드의 중요한 위치를 차지하고 있으며[1], 1999년 당시 한국 영화사상 최고가인 130만 달러에 영화 '쉬리'가 수

출되어 한류열기의 기초를 형성한 이래 일본은 우리나라 관광시장의 중요한 부분을 차지하고 있다.

또한, 문화체육관광부는 2009년 1월에서 12월에 걸쳐 매월 7-8일 간 한국을 방문하고 출국하는 외국인 관광객을 대상으로 한국여행실태 및 소비실태, 한국여행 평가에 관한 설문조사를 실시하였다. 이 조사는 외국어가 가능한 면접원을 추출하여 사전교육을 실시한 후

2009년 동안 매월 주요국제공항과 인천항, 부산항에서 한국여행을 마치고 돌아가는 외국인 관광객 11,912명을 대상으로 이루어졌으며, 입국관광객 비율 중 가장 많은 비율을 차지하는 관광객이 일본인(40.3%), 중국인(17.7%), 미국인(8.1%)등의 순으로 나타났다[2].

이처럼 일본인 관광객이 우리나라 관광산업의 중요한 위치를 차지하고 있는 바, 이들에 대한 연구도 다양하게 이루어져 왔는데, 2000년 이후 국내에서 행해진 일본인 관광객들에 대한 연구를 살펴보면 다음과 같다. 임윤정이 방한 일본 관광객의 문화관광 행동특성에 관하여[3], 이홍규·이동희가 일본관광객의 관광동기에 따른 만족에 관하여[4], 박미경이 일본관광객의 관광동기와 관여도에 관하여[5], 이수범등이 일본관광객의 관광상품 만족도에 관하여[6], 박정민이 여행상품속성 선택에 관하여[7], 김명희·강인호가 관광지 이미지와 만족에 환류가 미치는 영향에 관하여[8] 연구를 진행하였다. 이와 같이 기존 연구들은 주로 관광객의 동기, 이미지, 만족도를 다룬 연구들이 대부분이다.

일본은 지경학적으로 우리나라와 인접해 있고 향후 중국과 더불어 지속적으로 우리나라 인바운드 관광시장에 영향력을 미칠 것으로 예상된다. 또한, 관광객들의 욕구는 시대의 변화에 따라 신속하고 다양하게 변화하고 있어 그들이 한국관광지를 선택함에 있어 어떠한 것을 중요시하는지에 대한 연구와 그에 따른 대응책에 필요하다고 본다.

또한, 국내관광객들을 대상으로 한 관광지선택속성에 관한 연구는 많이 있으나 일본인을 상대로 한 연구가 미비한 실정이며, 관광지선택속성에 관한 중요도와 이에 따른 성취도에 관한 연구가 동시에 행해진 적은 없기 때문에 본 연구가 필요하다고 본다.

이에 IPA(Importance-Performance Analysis)기법을 이용하여 일본인 관광객의 중요도와 성취도의 차이를 분석해 봄으로써 방한 일본인 관광객들을 지속적으로 유치하고, 그들의 변화하는 욕구에 부합할 수 있는 관광지선택속성에 대한 개발을 통하여 관광시장 활성화를 위한 마케팅전략에 시사점을 도출하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 관광지선택속성

관광지선택속성은 관광객들이 관광지를 선택함에 있어서 매력적이고 중요하다고 생각하고 선택하게 되는 요인으로 이재후는 관광객이 보고, 느끼고, 경험하는 것으로서 관광과 관련된 물리, 사회적인 특징을 관광지선택속성이라고 정의하였으며[9], 최초의 연구는 1973년 Mayo에 의해 시작되었다[10]. 그는 국립공원관광지에 대하여 관광객의 선호도를 연구하였고 혼잡도, 경치, 기후의 세 가지를 주요한 관광지 선택속성으로 결론지었으며, 사람과 산업으로부터 혼잡하지 않으며, 경치가 좋고, 쾌적한 기후를 관광객들이 가장 선호한다고 하였다.

이후 여러 학자들에 의해 다양한 선택속성에 관한 연구가 진행되었는데 선택속성의 변수는 주장하는 학자에 따라 혹은, 관광의 종류에 따라(온천관광, 스포츠 관광, 해양관광, 농촌관광, 문화관광, 생태관광 등) 각기 다른 속성변수를 대상으로 연구가 이루어졌다.

먼저, Haathi는 화폐가치, 접근성, 스포츠시설, 심야 유희 및 오락, 평화롭고 조용한 휴가, 친근하고 친절한 사람들, 자연공원 및 캠핑, 문화적 경험, 아름다운 풍경, 새로운 목적지등의 10개의 속성을 중요한 관광지 선택속성이라고 보고 이들 속성에 대한 관광객의 지각과 선호도를 조사하였다[11].

이후 Hu & Riche는 선행연구를 토대로 하와이, 중국, 프랑스의 관광지를 기후, 편의시설, 스포츠와 레크리에이션 기회, 경치, 음식, 오락, 지역주민 생활, 지역주민 태도, 역사적인 매력물, 문화적 매력물, 의사소통, 페스티벌 및 이벤트, 쇼핑, 접근성, 교통의 이용정도, 물가를 포함하는 16개 속성을 도출하여 측정하였고[12], Goodrich는 경치, 지역주민의 태도, 적절한 숙박시설, 휴식 및 긴장해소, 문화에 대한 관심, 음식, 수상스포츠, 쇼핑시설, 유희, 골프 및 테니스 등을 관광지를 선택하는 데 있어 관광객들이 가장 중요하다고 평가하는 속성이라고 주장하였다[13].

국내의 최근 관광지선택속성에 관한 대표적인 연구는 임화순, 고계성[14]과 김민철등[15]에 의해 행해졌

다. 임화순, 고계성은 관광목적지 매력 관련 연구가 국내지역으로 한정되어 차별성과 한계성이 있음을 지적하며 오끼나와를 조사지역으로 선정하였다. 그들은 주요 선택속성을 자연 매력물, 계절과 기후, 자연경치, 스포츠 활동, 접근성, 다양한 숙박시설, 지방색, 문화 매력물, 물가, 교통 편리성, 관광쇼핑, 안내정보, 다양한 주제공원, 지역축제, 야간 여흥, 다양한 먹거리, 청결과 위생, 관광안전, 종사원서비스, 주민 환대태도, 이국적 분위기, 교육용 시설물 등의 속성을 도출하여 오끼나와의 취약성과 중요한 장점을 실증하였다.

한편, 김민철 등은 관광지선택의 결정인자가 관광지선택속성의 객관적인 동기와 선택행동에 대한 정확한 측정을 위해 필요하다고 주장하며[15], 제주지역 내 중국 및 일본인 관광객을 비교 분석하여 선택속성 요인들간의 구조관계를 증명하였다. 그는 건강회복 및 휴식휴양, 독특한 제주 전통음식, 각종 레포츠 활동, 음식의 다양성, 관광하기 좋은 기후, 관광객 불만처리의 신속성, 원활한 의사소통 및 친절서비스, 상세한 안내책자와 안내판, 관광루트의 다양성 및 편리한 일정, 다양한 쇼핑장소와 상품, 수준 높은 공항서비스, 나이트 투어, 오락 등 시설활용, 편리한 교통수단, 다양한 문화관광 이벤트, 수려한 자연경관과 희귀동식물, 제주지역 문화역사의 이해 등의 18개 선택속성을 레저 및 음식, 관광자 편리성, 편의시설, 문화체험의 4개의 요인으로 분류하였다.

본 연구에서는 Hu & Riche[12], Goodrich[13], 임화순, 고계성[14]과 김민철등[15]이 사용한 여러 변수들 중 비슷한 의미를 가지는 속성은 하나로 통합하여 22개의 속성을 선택하여 본 연구의 실증분석에 사용하였다.

## 2. 중요도-성취도 분석

Martilla & James는 마케팅 프로그램의 특정한 특징의 소비자 수용을 측정하기 위하여 속성연구를 행하는데 최초로 IP분석을 사용하였다. 그들은 자동차 재구매율을 37%에서 50%로 향상시키기 위해 서비스부서, 판매부서 관계자 그리고 회사 대표와의 대화를 거쳐 충성고객화 하는 것에 영향을 미치는 14개 속성을 도출하고 평균(mean)을 구하여 결과를 제시하였다[16]. 이후

IPA기법은 마케팅, 교육, 관광, 스포츠심리학, 여가와 레크레이션, 서비스품질, 역량평가, 이미지 분석, 여행, 컨벤션 등의 다양한 영역에서 자원배분과 우선순위를 결정하는데 있어서 유용한 수단으로 활용되었다.

IP분석은 중요도와 기대의 개념과의 차이가 모호한 점과, 경쟁사와의 비교를 통한 상대적인 중요도를 의미하는 것이 아니라 자사에 대한 절대적인 인식으로 인하여 문제가 제기 되기도 하였다[17]. 하지만 비용이 적게 들고, 마케팅 믹스의 측면에 대한 중요한 결과를 쉽게 도출해 낼 수 있는 이해하기 쉬운 기법이며 또한 회사가 더 관심을 기울여야 하는 곳과 지나친 자원낭비를 초래하는 영역을 손쉽게 확인할 수 있다는 장점으로 다방면에서 사용되어져 왔다.

분석은 먼저 어떤 속성을 중요하게 여기는지 조사한 뒤 각각의 속성의 실행도를 평가자 스스로 평가하게 함으로써 그 속성의 중요도와 성취도를 동시에 비교 평가하는 것이 기본 가정이다.

아래 그림에서 보여주는 바와 같이 중요도(X축)와 성취도(Y축)를 평가한 후 각각의 속성에 대한 평균값을 구하고 마지막으로 실행격자(action grid)상에 구한 값을 표기하여 그 위치에 따라 의미를 부여한다. 4분면의 의미는 아래와 같다.

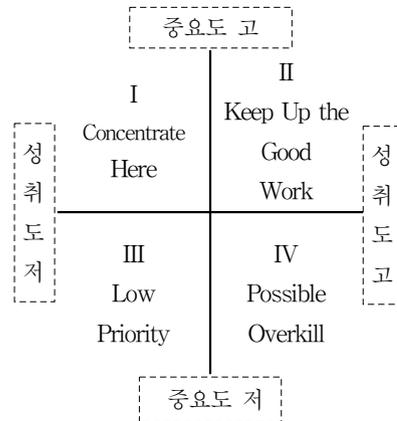


그림 2.1 중요도-성취도 격자

- I. Concentrate Here: 높은 중요도, 낮은 성취도. 사용자들이 중요하다고 생각하고 있지만 성취도

는 낮다고 생각하는 주의항목으로 이 속성들에 대해서는 노력이 집중이 필요한 속성들이다.

- II. Keep Up the Good Work: 높은 중요도, 높은 성취도. 이 속성들은 사용자들이 중요하게 생각하고 있으며 동시에 성취도도 높아 강점항목들로서 현재의 상태를 계속유지 해야 한다.
- III. Low Priority: 낮은 중요도, 낮은 성취도. 이 속성들은 저 우선 순위항목으로 사용자들이 중요하다고 생각하지 않으며, 실행되지도 않은 속성들로서 우선순위가 낮은 항목들이기 때문에 시급한 노력에 투입은 필요 없는 속성들이다.
- IV. Possible Overkill: 낮은 중요도, 높은 성취도. 중요도는 낮게 인식하고 있는 속성들이지만 성취도는 높게 반영되어 불필요한 강점항목들이 이에 해당하고 다른 속성, 주의항목(Concentrate Here)으로 투입해야하는 항목들이다.

### III. 연구방법

본 연구는 IPA(Importance-Performance Analysis) 기법을 이용하여 방한 일본인 관광객의 집중적인 관리 운영방안을 도출함으로써 관광객유치 마케팅전략에 시사점을 도출하고자 하였다. 실증분석은 SPSS 12.0, EXCEL, 빈도분석, 대응표본 T-test를 실시하여 관광지선택속성을 분석하였다.

설문문항은 앞에서 언급한 바와 같이 김민철 등, Hu & Riche, Goodrich, 임화순, 고계성의 연구를 토대로 22개의 속성을 선택하여 사용하였으며, 각 항목은 5점 리커트 척도로 측정하였다.

설문지는 한국어로 먼저 만들어 졌으며, 일본에서 수학한 일어가 능통한 S대 한국인 교수 두 명이 일본어로 번역한 후, 현지 일본인에게 자문을 구한 후 사용하였다. 본 연구는 2010년 3월 23일부터 4월 17일까지 약 4주간 서울, 경기지역을 방문한 일본인을 대상으로 이루어졌다. 서울 중심부에서 쇼핑중인 개별 관광객들에게 선물을 증정하고 설문지 50부를 받았으며, 그 외는 서울경기지역을 관광목적지로 한 단체 관광객들을 안내

하는 한국인 가이드를 통해 200부를 배포하고 163부를 회수하여 총 213부를 수거 하였다. 그 중 응답이 부실하고 결측치가 있는 26부를 제외하고 총 187부를 분석에 사용하였다.

### IV. 실증분석

#### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 다음 [표 4-1]과 같다. 성별로는 여자가 83.4%, 남자가 16.6%로 여자 방문객이 5배 많은 것으로 나타났다. 미혼 43.9% 보다는 기혼이 54.5%로 많았으며, 연령별로는 20~29세 (27.8%), 30~39세 (25.1%), 40~49세 (24.6%), 50세 이상 (21.4%) 순으로 전 연령대에 걸쳐 큰 차이 없이 고른 분포를 보였다. 직업별로는 회사원(임원포함)과 주부가 각각 34.8%, 31.0%로 가장 많았으며, 이어 자영업, 기타 각각 10.2%, 학생 7.5%, 전문직(변호사, 의사, 교수 등) 4.8% 순이었다. 학력별로는 대졸(또는 재학)이 44.4%로 가장 많았으며, 다음이 고졸 29.4%, 전문대졸 23.0%, 대학원 이상(또는 재학) 1.6% 순으로 나타났다. 지난 1년 동안 한국방문 횟수를 살펴보면 1회가 51.9%로 월등히 많았으며, 이 밖에 2회 18.2%, 4회 이상 12.8%, 방문없음(0회) 8.0%, 3회 6.4% 순으로 나타났다. 월소득별로는 20만엔~30만엔 미만인 51.3%로 절반이상을 차지하고 있으며, 뒤이어 30만엔~40만엔 미만 (20.9%), 40만엔~50만엔 미만 (10.7%), 50만엔 이상 (4.3%)순으로 나타났다. 방문객의 여행목적은 관광/휴가가 전체 응답의 84.5%로 거의 대부분을 차지하고 있으며, 이 밖에 친구/친지 방문 8.6%, 교육/연수 2.7%, 상용/업무출장 2.1% 순으로 나타났다.

표 4.1 조사대상자의 일반적 특성

		빈도	백분율
성별	여자	156	83.4
	남자	31	16.6
결혼 여부	기혼	102	54.5
	미혼	82	43.9
	무응답	3	1.6

연령	20~29세	52	27.8
	30~39세	47	25.1
	40~49세	46	24.6
	50세 이상	40	21.4
	무응답	2	1.1
직업	회사원(임원포함)	65	34.8
	공무원	3	1.6
	학생	14	7.5
	자영업	19	10.2
	전문직(교수, 의사등)	9	4.8
	주부	58	31.0
	기타	19	10.2
학력	고졸	55	29.4
	전문대졸	43	23.0
	대졸(또는 재학)	83	44.4
	대학원 이상	3	1.6
	무응답	3	1.6
방문 횟수	0회	15	8.0
	1회	97	51.9
	2회	34	18.2
	3회	12	6.4
	4회 이상	24	12.8
	무응답	5	2.7
월소득	20만엔~30만엔 미만	96	51.3
	30만엔~40만엔 미만	39	20.9
	40만엔~50만엔 미만	20	10.7
	50만엔 이상	8	4.3
	무응답	24	12.8
여행 목적	관광/휴가	158	84.5
	친구/친지 방문	16	8.6
	상용/업무출장	4	2.1
	교육/연수	5	2.7
	기타	3	1.6
	무응답	1	.5

## 2. 측정척도의 평가

일반적으로 측정도구의 타당성은 측정하고자 하는 사실을 잘 반영하고 있는가와 관련되며, 신뢰도는 관련된 항목이 내적일관성을 가지고 있는가의 문제와 관련된다. 본 연구에서는 척도의 신뢰도 검증을 위해서 문항 간 내적일관성을 확인하는 Cronbach alpha 계수를 산출하여 분석하였다. 전체 관광지 선택속성의 중요도 및 성취도에 대한 신뢰도 계수는 각각 .926, .867로 매우

높게 나타났으며, 각 요인들의 신뢰도 계수는 모두 .60 이상으로 나타나 측정 척도로 사용하기에 무리가 없는 것으로 판단된다[18].

한편, 척도의 타당성검증을 위해서 요인분석을 실시하였다. 요인추출방식은 주성분분석을 사용하였으며, 요인회전방식은 베리맥스(varimax) 직각 회전법을 이용하였으며, 고유치(eigen value)가 1.0 이상인 변수에 대하여 요인화하였다. 모형의 적합도를 판단하는 KMO 계수는 .878, Bartlett's test는 2222.074(p<.001), 분산의 누적설명력은 62.0%로 나타나 차후분석에 이용하기에 문제가 없을 것으로 판단된다. 다만 '자연매력물(.524)' 문항은 0.5이상의 요인적재치를 나타내기는 하였으나 다른 문항에 비해 상대적으로 낮은 적재치를 보였고, 오락성 요인과 부합되지 않는다고 판단하여 삭제한 후 분석을 실시하였다. 따라서 [표 4-2]에서 보는 바와 같이, 관광지 선택속성의 중요도는 모두 4가지 요인으로 추출되었다. 요인 1은 '관광입지우월성', 요인 2는 '매력성', 요인 3은 '다양성', 요인 4는 '오락성'으로 명명하였다.

표 4.2 관광지선택속성 중요도 요인분석 및 신뢰도 분석

변수	측정 문항	관광지 선택 속성				신뢰도 계수
		요인1	요인2	요인3	요인4	
관광 입지우월성	접근성	.800	.082	.222	.136	.885
	다양한 숙박시설	.754	.146	.203	.136	
	청결과 위생	.603	.256	.378	-.026	
	관광의 안전성	.688	.285	.452	-.008	
	종사자의 서비스	.631	.406	.330	.148	
	휴양 및 휴식시설	.531	.479	-.010	.173	
	교통편리성	.567	.420	-.009	.302	
	무응답					
매력성	지역주민 환대태도	.417	.635	.195	.211	.853
	이국적 분위기	.370	.661	.096	.181	
	원활한 의사소통/통역서비스	.292	.667	.418	.032	
	편리한 공항시설과서비스	.356	.598	.431	.069	
	다양한 야간 여흥	-.221	.612	.176	.458	
	자연 경치	.290	.565	.318	.291	
다양성	계절별 볼거리	.326	.108	.467	.342	.773
	다양한 관광쇼핑과 상품	.082	.092	.798	.175	
	음식의 다양성	.174	.194	.698	.168	
	물가	.307	.241	.709	.118	
오락성	레저, 스포츠활동	.013	.144	.120	.716	.885
	각종 문화 관광 이벤트	.160	-.015	.184	.741	
	오락등 시설의 활용	.378	.321	.063	.476	
	각종 지역 축제	.139	.326	.124	.646	
고유값(eigen value)		8.878	1.775	1.345	1.013	전체

분산율(%)	42.259	8.455	6.404	4.826	크롬바알파 .926
누적분산율(%)	42.259	50.713	57.117	61.944	
KMO: .878, Bartlett의 구형성검증=2222.074 df=210, p=0.000					

### 3. 중요도-성취도 차이 분석

#### 3.1 관광지 선택속성에 대한 IP 분석

관광지 선택속성에 대한 중요도의 평균값과 성취도의 평균값을 산출하여 그 차이의 값을 통하여 속성들을 분석하기 위해서 대응표본 t-test를 실시하였다. 선택속성의 중요도와 성취도 21개 문항에 대한 기술통계와 대응표본 t-test 결과는 다음 [표 4-4]와 같다. 계절별 볼거리, 레저 및 스포츠 활동, 각종 지역축제를 제외하고 다양한 야간 여흥은  $p < .05$  수준에서, 그 외는  $p < .001$  수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

위의 결과를 토대로 일본인관광객의 관광지 선택속성의 실질적인 관리방안을 제시하기 위하여 중요도-성취도 분석을 적용하였다. IP 분석 격자의 X축 기준은 성취도의 평균값 3.375를 이용하고, Y축 기준은 중요도의 평균값 3.843으로 설정하여 사분면을 분할하여 [그림 4-1]에 표시하였다.

제 1사분면인 노력집중 영역은 중요도에 비해 성취도가 낮은 집중 영역으로 청결과 위생, 종사자의 서비스, 교통편리성, 자연경치로 나타났다. 이는 해당속성이 중요도의 평균보다 높지만 성취도의 평균보다 낮은 속성으로 관광객이 중요하게 느끼는 반면에 기대치에는 미치지 못하고 있다.

제 2사분면인 지속유지 영역은 중요도와 성취도가 모두 높게 인식된 영역으로 접근성, 다양한 숙박시설, 관광의 안전성, 원활한 의사소통/통역서비스, 편리한 공항시설과 서비스, 계절별 볼거리, 다양한 관광쇼핑과 상품, 음식의 다양성, 물가 속성으로 나타났다. 이는 일본관광객들이 관광속성에 대해 중요하다고 생각하는 것에 대한 만족도도 높게 나타나 관광객의 관광욕구를 충족시키고 있음을 알 수 있다. 따라서 현재 상태를 유지하도록 하거나 더욱 강화하는 전략을 사용하는 것이 바람직하고, 해당 요인을 지속적으로 유지시켜 주기 위한 부단한 노력이 필요하다.

제 3사분면인 저순위 영역은 중요도와 성취도 모두 낮은 영역으로 휴양 및 휴식시설, 지역주민 환대태도, 이국적 분위기, 다양한 야간 여흥, 레저 및 스포츠 활동, 각종 문화 관광 이벤트, 오락 등 시설의 활용, 각종 지역 축제로 나타났다. 이는 해당속성에 대해 일본관광객들은 중요하다고 인식하지도 않고 성취도도 낮은 것으로 보인다.

제 4사분면은 과잉노력 지양 영역으로 중요도에 비해 성취도가 높은 영역으로 현재 만족스러운 선택속성이지만 그다지 중요한 속성이 아니므로 최소한의 관리만이 요구된다. 본 연구에서는 해당 관광속성은 나타나지 않았다.

이상의 관광지 선택속성에 대한 중요도-성취도 분석 결과는 다음 [표 4-3]에 제시되어 있다.

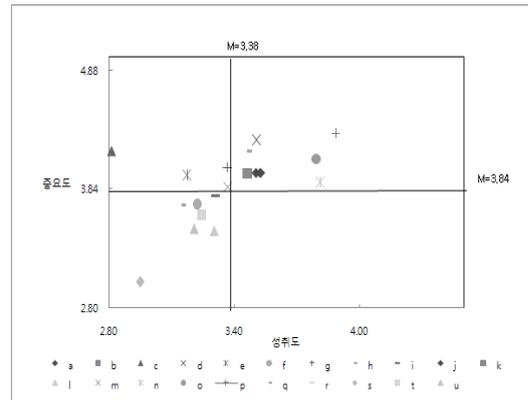


그림 4.1 관광지 선택속성 IP분석 결과

표 4.3 관광지 선택속성 IP 분석표

구간	속성
I 사분면 집중	c 청결과 위생, e 종사자의 서비스, g 교통편리성, m 자연 경치
II 사분면 유지	a 접근성, b 다양한 숙박시설, d 관광의 안전성, j 원활한 의사소통/통역서비스, k 편리한 공항시설과서비스, n 계절별 볼거리, o 다양한 관광쇼핑과 상품, p 음식의 다양성, q 물가
III 사분면 저순위	f 휴양 및 휴식시설, h 지역주민 환대태도, i 이국적 분위기, l 다양한 야간 여흥, r 레저, 스포츠활동, s 각종 문화 관광 이벤트, t 오락등 시설의 활용, u 각종 지역 축제
IV 사분면 과잉	

표 4.4 관광지 선택속성에 대한 기술통계 및 차이검증

구분	중요도			성취도			t(p)
	평균	표준편차	순위	평균	표준편차	순위	
접근성	3.984	.751	8	3.527	.844	5	6.534(.000)***
다양한 숙박시설	3.978	.789	10	3.465	.755	9	6.590(.000)***
청결과 위생	4.176	.896	4	2.813	.818	21	15.328(.000)***
관광의 안전성	4.269	.798	2	3.508	.824	6	10.696(.000)***
중사자의 서비스	3.962	.838	12	3.176	.820	17	9.761(.000)***
휴양 및 휴식시설	3.708	.824	15	3.224	.576	15	7.313(.000)***
교통편리성	4.027	.751	7	3.468	.689	8	8.492(.000)***
지역주민 현대태도	3.706	.819	16	3.151	.695	18	7.080(.000)***
이국적 분위기	3.781	.776	14	3.312	.680	12	6.934(.000)***
원활한의사소통/통역서비스	3.984	.871	8	3.505	.764	7	6.700(.000)***
편리한 공항시설과서비스	4.043	.809	6	3.640	.691	4	7.103(.000)***
다양한 야간 여흥	3.475	.898	19	3.305	.722	13	2.303(.022)*
자연 경치	3.856	.877	13	3.390	.674	11	7.970(.000)***
계절별 볼거리	3.898	.839	11	3.813	.713	2	1.361(.175)
다양한 관광쇼핑과 상품	4.102	.826	5	3.794	.741	3	4.911(.000)***
음식의 다양성	4.332	.693	1	3.888	.996	1	5.737(.000)***
물가	4.177	.840	3	3.465	.825	9	9.994(.000)***
레저 및 스포츠 활동	3.027	1.024	21	2.949	.625	20	1.058(.291)
각종 문화 관광 이벤트	3.615	.889	17	3.246	.656	14	5.155(.000)***
오락등 시설의 활용	3.494	.836	18	3.207	.519	16	4.468(.000)***
각종 지역 축제	3.103	.942	20	3.027	.634	19	1.086(.279)

\*p<.05, \*\*\*p<.001

3.2 관광지 선택속성 요인에 대한 IP 분석

관광지 선택속성에 대한 중요도와 성취도의 각 요인 간에 유의한 차이가 있는 가를 분석하기 위해서 대응표본 t-test를 실시하였다. 선택속성의 중요도와 성취도 요인에 대한 기술통계와 대응표본 T-test 결과는 다음 [표 4-5]와 같다. 관광입지우월성, 매력성, 다양성, 오락성 요인은 p<.001 수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

위의 결과를 토대로 일본인관광객의 관광지 선택속성의 실질적인 관리방안을 제시하기 위하여 중요도-성취도 분석을 적용하였다. IP 분석 격자의 X축 기준은 성취도의 평균값 3.375를 이용하고, Y축 기준은 중요도의 평균값 3.843로 설정하여 사분면을 분할하여 [그림

4-2]에 표시하였다.

제 1사분면인 노력집중 영역은 중요도에 비해 성취도가 낮은 집중 영역으로 관광입지우월성 요인으로 나타났다. 따라서 해당요인에 대해 일본관광객들을 대상으로 추가적인 심층조사를 실시하여 문제점을 파악하고 이를 개선하기 위한 지속적인 노력이 필요하다고 본다.

제 2사분면인 지속유지 영역은 중요도와 성취도가 모두 높게 인식된 영역으로 다양성 요인으로 나타났다. 따라서 현재 상태를 유지 및 강화하는 전략이 필요하고, 더 나아가 일본관광객들의 관광욕구를 충족시켜 줄 수 있는 다양성 요인을 확대 개발하는 노력이 요구된다.

제 3사분면인 저순위 영역은 중요도와 성취도 모두

표 4.5 관광지 선택속성 요인에 대한 기술통계 및 차이검증

구분	중요도			성취도			t(p)
	평균	표준편차	순위	평균	표준편차	순위	
관광입지우월성	4.0149	.62147	2	3.3173	.50714	3	13.380(.000)***
매력성	3.8074	.63994	3	3.3838	.44203	2	8.773(.000)***
다양성	4.1272	.61853	1	3.7400	.60431	1	7.892(.000)***
오락성	3.3100	.67473	4	3.1071	.42406	4	4.153(.000)***

\*\*\*p<.001

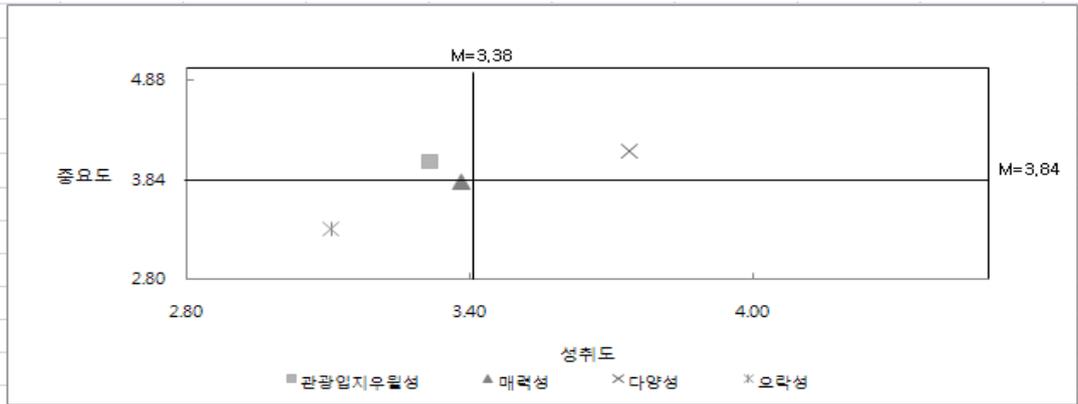


그림 4.2 관광지 선택속성 요인 IP분석 결과

낮은 영역으로 매력성, 오락성 요인으로 나타났다. 따라서 해당요인은 일본관광객들을 대상으로 투자와 홍보에 주력할 필요는 없지만 지속적인 관심과 노력은 필요하다고 본다.

제 4사분면은 과잉노력 지양 영역으로 중요도에 비해 성취도가 높은 영역으로 현재 만족스러운 선택속성이지만 그다지 중요한 속성이 아니므로 최소한의 관리만이 요구된다. 본 연구에서는 해당 요인은 나타나지 않았다.

이상의 관광지 선택속성 요인에 대한 중요도-성취도 분석결과는 다음 [표 4-6]에 제시되어 있다.

표 4.6 관광지 선택속성 요인 IP 분석표

구간	속성
I 사분면 유지	관광입지우월성
II 사분면 집중	다양성
III 사분면 저순위	매력성, 오락성
IV 사분면 과잉	-

#### IV. 결론

본 논문은 우리나라 인바운드 관광시장의 중요한 위치를 차지하고 있는 일본인 관광객을 대상으로 관광지 선택속성에 대한 중요도-성취도 분석을 해보고자 하였으며, 이를 통해 일본인 관광객의 효과적인 한국유치

전략을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

이에 선행연구를 토대로 22개의 관광지선택속성을 도출하였으며, 서울, 경기지역을 방문한 일본인을 대상으로 자료를 수집하였다. 자료 분석결과와 시사점은 아래와 같다.

먼저, 선택속성의 요인분석결과 4개의 요인이 추출되었으며, 1.관광입지우월성, 2.매력성, 3.다양성, 4.오락성으로 요인명을 부여하였다. 이들 요인들에 대한 중요도-성취도 분석 결과는 I사분면 노력집중영역에는 관광입지우월성, II사분면 유지영역에는 다양성, III사분면 저 순위영역에는 매력성과 오락성, IV 사분면 과잉영역은 아무런 요인도 나타나지 않았다.

이에 다양성은 관광객들의 중요도와 성취도가 모두 높아 지속적인 유지가 필요하며, 관광입지우월성에 대해서는 중요도는 높으나 성취도가 낮아 일본인 관광객을 대상으로 집중적으로 개선되어야 함을 시사하고 있다.

둘째, 요인분석을 통하여 총 21개의 선택속성에 대하여 중요도와 성취도 간 대응표본 T-test를 실시하였다. 그 결과 계절별 불거리, 레저 및 스포츠 활동, 각종 지역 축제를 제외한 모든 항목이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

방한 일본인 관광객이 가장 중요하게 여기는 항목과 가장 성취도가 높은 항목은 둘 다 한국 음식의 다양성으로 나타났고, 뒤이어 중요도가 높은 항목은 관광의 안전성, 물가, 청결과 위생, 다양한 관광 상품과 쇼핑 등

의 항목 순이었다. 반면, 성취도가 높은 항목은 음식의 다양성 다음으로 계절별 볼거리, 다양한 관광쇼핑과 상품, 편리한 공항시설과 서비스, 접근성 순으로 나타났다. 한편, 청결과 위생, 레저 및 스포츠 활동, 각종 지역 축제, 지역주민 환대 태도 등이 성취도가 낮은 항목으로 나타났다.

이러한 결과는 서울, 경기지역을 방문한 관광객들이 한국음식에 많은 관심을 가지고 있는 것으로 해석되며, 이는 표본의 80% 이상이 여성이 차지하고 있어서 나타난 결과로 보인다. 안전성에 대한 중요도가 2위로 나타난 것은 3월 26일 오후 천안함 사태가 발생함으로 인해 관광의 안전성에 대한 인식이 높아진 결과로 해석된다.

셋째, 관광지선택속성에 대한 IP분석결과 I사분면의 노력집중영역에는 청결과 위생, 종사자서비스, 교통 편리성, 자연경치 등으로 나타났다. 이는 중요도는 높는데 성취도가 낮은 항목임을 의미한다. 따라서 해당속성은 한국을 방문하는 관광객을 대상으로 개선되어야 할 요인 중 우선순위가 되어야 할 부문으로 집중적인 관리 및 운영이 필요함을 시사한다. 특히, 종사자서비스 항목은 성취도에 있어 낮은 순위를 기록하고 있어 개선이 필요한 실정이다.

II사분면 유지영역은 접근성, 다양한 숙박시설, 관광의 안전성, 원활한 의사소통, 편리한 공항시설과 서비스, 계절별 볼거리, 다양한 관광쇼핑과 상품, 음식의 다양성, 물가 등의 속성으로 나타나 중요도와 만족도에 있어서 모두 높게 인식하고 있음을 보여준다. 이는 한국 인바운드 관광시장의 가장 많은 부분을 일본인을 차지하고 있는 것에 대한 실증적인 자료를 뒷받침해주고 있는 결과로 해석된다. 중요하다고 인지하는 많은 속성에 대해 성취도가 높기에 추천하게 되고, 재방문을 유도하는 결과를 가져다주기 때문에 이 속성들에 대한 지속적인 유지와 강화전략이 필요함을 시사하고 있다.

III사분면 저순위 영역에는 휴양 및 휴식시설, 지역주민 환대태도, 이국적 분위기, 다양한 야간 여흥, 레저 및 스포츠 활동, 각종 문화 관광 이벤트, 오락등 시설의 활용, 각종 지역축제로 나타났다. 따라서 해당속성은 일본 관광객들을 대상으로 투자와 홍보에 주력할 필요는 없지만 지속적인 관심과 노력은 필요하다고 본다.

IV사분면 과잉노력지향항목에는 해당관광속성이 나타나지 않았는데 이러한 결과는 방한일본인을 대상으로 한 연구는 아니지만 중국인을 대상으로 한 정병웅등의 연구결과와 동일하다[19]. 따라서 한국의 관광시장이 불필요한 속성에 대하여 과잉노력하고 있는 항목은 그다지 나타나지 않는다는 것을 보여준다.

본 연구의 한계점은 설문지역을 서울, 경기지역으로 한정했다는 점이다. 서울 경기주변의 시티투어를 목적으로 한 단체여성관광객들이 대다수를 차지하고 있어 자료를 우리나라를 방문한 일본인으로 확대 해석하는데는 어려움이 있다. 향후 한국 내 다른 지역을 방문한 일본인 관광객을 대상으로 관광지선택속성에 대한 연구가 이루어진다면 본고와의 비교를 통해 다양한 관점에서 전략적인 시사점을 도출할 수 있을 것이다.

이러한 한계점에도 불구하고 일본인 관광객을 대상으로 한 관광지선택속성에 대한 연구가 행하여 지지 않았기에 향후 연구에 대한 기초자료로 활용할 수 있을 것으로 기대되며, 본고의 결과를 토대로 관광시장 활성화를 위한 마케팅전략에 기초자료로 활용가능 하기에 중요한 의미가 있다고 본다.

## 참고 문헌

- [1] <http://www.kcti.re.kr>(2009년 한국문화관광연구원 KCTI발표자료)
- [2] 문화체육관광부:2009\_foreign tourists\_result(full)
- [3] 임윤정, “방한 일본 관광객의 문화관광행동 특성에 관한 실증적 연구”, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 2001.
- [4] 이흥규, 이동희, “방한 일본관광객의 관광동기에 따른 만족도 분석-춘천 남이섬 방문자를 중심으로-”, 관광연구저널, 제19권, 제3호, pp.327-337, 2005.
- [5] 박미경, “일본인 관광객의 관광동기 및 관여도 수준에 따른 만족과 재방문 의사차이에 관한 연구”, 경희대학교 관광대학원 석사학위논문, 2004
- [6] 이수범, 이은용, 송영은, “방한 외국인 관광객의

한류관광상품 만족도에 관한 연구”, 호텔경영학 연구, 제16권, 제5호, pp.257-271, 2007.

[7] 박정민, “일본방문 단체관광객의 여행상품속성선택에 관한 연구”, 관광연구, 제20권 제3호, pp.329-350. 2006.

[8] 김명희, 강인호, “한류가 한국관광지 이미지 관광 객만족과 행동의도에 미치는 영향-일본인 관광객을 대상으로-”, 관광연구, 제22권, 제3호, pp.359-380, 2007.

[9] 이재후, “국내 섬관광지 선택속성에 관한 연구”, 여행학연구, 제23권, pp.115-134, 2005.

[10] E. J. Mayo, “Resional Image and Regional Travel Development,” Travel and Tourism Research Association Proceeding, 1973.

[11] A. J. Haahti, “Finland’s Competitive Position as a Destination,” Annals of Tourism Research, Vol.13, pp.11-35, 1986.

[12] Hu. Yangzhou and J. R. Brent Ritchie, “Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach,” Journal of Travel Research, pp.25-29, 1993.

[13] J. N., Goodrich, “Benefit bindle analysis, An Emperical Study of International Travels,” Journal of Travel Research, Vol.16, pp.1-3, 1997.

[14] 임화순, 고계성, “관광목적지 매력속성에 따른 중요도-성취도 연구-일본 오끼나와 중심으로-”, 관광연구, 제21권, 제1호, pp.177-190, 2006.

[15] 김민철, 부창산, 김영훈, “제주지역 내 중국 및 일본 관광객의 선택속성의 차이분석: 구조방정식 이용”, 한국지역지리학회지, 제14권, 제2호, pp.126-140, 2008.

[16] J. A. Martilla and J. C. James, “Importance-Performance Analysis,” C, Vol.41, No.3, pp.77-79, 1977.

[17] H. M. Oh, “Revisiting Importance-Performance Analysis,” Tourism Management, Vol.22, No.6, pp.617-627, 2001.

[18] JNunnally, *Psychometric Theory*, McGraw Hill, New York, 1978.

[19] 정병용, 진애니, 정유리, “방한 중국인 관광객들의 관광지 선택속성 중요도-만족도 연구”, 사회과학 연구, 제48집, 제2호, pp.166-184, 2009.

저 자 소 개

이 재 곤(Jae-Kon Lee)

정회원



- 1991년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학사)
- 1993년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 1999년 8월 : 경기대학교 대학원(경영학박사)

<관심분야> : 관광자 행동, 해양관광, 리조트경영

고 선 희(Seon-Hee Ko)

정회원



- 1990년 2월 : 국립경상대학교 독문학과(문학사)
- 2008년 8월 : 경기대학교 서비스경영 및 컨설팅전공(경영학석사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 경기대학교 관광경영학과 박사과정

<관심분야> : 관광경영, 관광상품, 관광서비스